

A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS GRANDES EMPRESAS DO ESPÍRITO SANTO: EXEMPLOS DE AÇÕES NO CONTEXTO SOCIAL

Magno Justo Boloneze [1]
Micheli Rocha Donato Azeredo [2]
Priscilla Crystine Pereira [3]
Rosilene Magalhães dos Santos [4]
Simoni Casagrande Dal'Col [5]

[1] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail mjbjusto@hotmail.com

[2] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail micheli.donato@gmail.com

[3] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail priscilla_crystine@hotmail.com

[4] Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail rosi-magalhaes@ig.com.br

[5] Docente da Faculdades Integradas de Aracruz-Espírito Santo-e-mail Simoni.casagrande@hotmail.com

RESUMO

As empresas de uma forma geral assumem voluntariamente a decisão de contribuir para uma sociedade mais justa e um ambiente autossustentável. Os gestores das empresas não devem pensar somente no interesse e bem estar da organização, mas também no bem estar de seus trabalhadores, da comunidade local, dos clientes, dos fornecedores, das autoridades públicas e da sociedade. As organizações tem se destacado bastante nos últimos anos, pois de maneira geral estão envolvidas direta ou indiretamente com a função social, seja na distribuição das riquezas ou na inclusão junto às sociedades, o que também afeta a situação econômica, pois existe um *marketing* muito grande que favorece sua estabilidade no mercado, bem como a maximização de novos investidores. O cenário da Responsabilidade Social não é algo tão positivo como é demonstrado pelos meios de comunicação. Percebe-se que alguns empresários e gestores estão absorvendo de forma lenta a consciência referente à preservação do meio social e ambiental, assim como a constante busca pela qualidade de vida. O presente trabalho visa expor atitudes de duas grandes empresas estabelecidas no Espírito Santo, que vem se destacando com vários projetos voltados para a Responsabilidade Social e com grande êxito tem desempenhado muito bem o relacionamento empresa x sociedade com uma postura consciente de busca na melhoria da qualidade de vida do público interno e externo e do meio ambiente. Assumindo sua Responsabilidade Social, as empresas só têm a ganhar, o que possibilita uma boa imagem junto à sociedade e grandes recompensas futuras, pois a Responsabilidade Social é um fator determinante para o sucesso de uma grande empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, organizações, ética empresarial corporativa.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente as empresas de um modo geral estão utilizando como ferramenta para diminuir o impacto que causam na sociedade, práticas sociais e ambientais que intensificam o desenvolvimento sustentável para as ações presentes sem comprometer as gerações futuras garantindo uma sociedade mais próspera e justa, um planeta mais limpo e uma qualidade de vida melhor, é preciso um crescimento econômico que favoreça o progresso social e respeite o meio ambiente.

A empresa socialmente responsável está preparada para os riscos que ameaçam a sua reputação e desempenho como os riscos sociais, acidentes industriais e ecológicos, mudanças de regulamentação, riscos jurídicos, greves e etc. A Responsabilidade Social traz uma nova visão sobre a atividade da empresa. Os produtos evoluem para integrar mais qualidade, mais serviço e mais valor para os clientes, tornando-os fiéis de uma forma mais durável e com mais respeito. Esta estratégia permite alimentar o posicionamento da empresa graças a novos critérios de diferenciação o que aumenta o valor da marca.

As organizações têm buscado satisfazer de forma adequada as demandas de seus clientes, bem como manter relações harmoniosas com seus parceiros no desenvolvimento dos negócios, visando manter um elevado grau de competitividade no mercado e manter um nível relevante de lucratividade no fornecimento de produtos e oferecimento de serviços.

A grande maioria das organizações tem apresentado seus resultados operacionais e financeiros obtidos em cada exercício social, assim como as ações corporativas desenvolvidas, visando dar transparência aos agentes sociais e a toda à sociedade de sua inserção no contexto das relações econômicas, financeiras, sociais, ambientais e de responsabilidade pública. Essas apresentações vêm ocorrendo através da publicação do balanço social.

A Responsabilidade Social das empresas vem se confirmando como uma tendência pós-globalização descobrindo o valor das parcerias entre o poder público, a iniciativa privada e a sociedade. Para a obtenção dos resultados, todos têm a sua parcela a cumprir, em especial o setor privado. A possibilidade da empresa em dar a sua

contribuição para as causas sociais e, como retorno, garantir seu espaço no mercado e ter a satisfação de contribuir para a construção de um mundo melhor.

O novo papel da empresa no cenário da pós-globalização, num esforço visível de identificar suas relações com os inúmeros universos de interesses e, principalmente, conhecer claramente os níveis de contribuição socioeconômica em seu ambiente de atuação. Numa visão mais corresponsável, as empresas desempenham duas funções:

- A função econômica, onde a empresa busca a maximização de recursos financeiros investidos por seus acionistas ou proprietários;
- A função social, que busca, através da distribuição da riqueza gerada, promover o bem-estar dos grupos sociais que com ela interage na sociedade.

O questionamento que muitas organizações se fazem e que poucas conseguem responder é: De que forma as grandes organizações realizam investimentos em Responsabilidade Social e qual o impacto sobre a sociedade?

Este artigo traz conceitos de Responsabilidade Social e ética corporativa, e apresenta como estes conceitos estão sendo assimilados e aplicados pelos gestores, empresários, especialistas entre outros agentes que estão inseridos no cenário atual, e o seu reflexo direto e indireto na sociedade e no meio ambiente.

Este artigo possui como objetivo apresentar as ações voltadas para a Responsabilidade Social que são desenvolvidas por algumas organizações sediadas no estado do Espírito Santo e sua importância no contexto social.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Responsabilidade Social

O termo Responsabilidade Social não é novo, em 1920 já se defendia a ideia das empresas participarem do bem-estar coletivo. Com o crescimento industrial não foi possível evitar danos à qualidade de vida do homem e ao meio ambiente. A pressão da sociedade levou as empresas de todos os portes, organizações não

governamentais e o governo a assumirem a responsabilidade e solucionar os problemas causados pela implantação e atividade das indústrias.

Nesse contexto de pensamento, Emerson Kapaz coloca que:

Responsabilidade Social nas empresas significa uma visão empreendedora mais preocupada com o entorno social em que a empresa está inserida, ou seja, sem deixar de se preocupar com a necessidade de geração de lucro, mas colocando-o não como um fim em si mesmo, mas sim como um meio para se atingir um desenvolvimento sustentável e com mais qualidade de vida.

A Responsabilidade Social Corporativa é o comprometimento permanente dos empresários em contribuir para o desenvolvimento econômico, simultaneamente, favorecer a qualidade de vida de seus empregados e de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo. Essa concepção coloca a Responsabilidade Social como expressão de uma postura ética comprometida com o resgate da cidadania, assumindo uma posição de corresponsabilidade, na busca do bem-estar público, em articulação com as políticas sociais (instituto, fundações, organizações, universidades, comunidade etc.). Oded Grajew, empresário e presidente do Instituto ETHOS reafirma esse conceito no momento em que pondera ser a Responsabilidade Social empresarial uma forma filosófica de gestão das organizações do futuro, um importante fator de mudanças e é por meio da mudança de comportamento empresarial que podemos promover mudanças sociais que levarão o país a uma prosperidade econômica.

Para Ashley (2002):

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, [...] agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização [...] assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos.

Quando se realiza um projeto social, como consequência dele vem o chamado “*marketing* social”, que está sendo uma maneira saudável e inteligente das organizações em promover o reconhecimento, desde que sejam responsáveis e não façam apenas *marketing* sem realizar de fato os projetos sociais, representando uma grande inverdade para a sociedade, pois, Responsabilidade Social é ter respeito

pela sociedade, é investir à longo prazo para perpetuação da organização e buscar o equilíbrio entre todos os agentes sociais.

2.2 Ética Corporativa

A ética corporativa abraça a ideia de coletividade, é a maneira de como a organização deve proceder em sociedade, e o que a define ou a constrói é a soma das éticas pessoais que a compõem. Sendo assim, a ética corporativa é formada por indivíduos unidos por um fim comum de pensamentos e ideias, que possuem uma mesma concepção no modo de realizá-los, estando sujeitos a “regulamentos” que vão fornecer procedimentos adequados a serem seguidos.

A busca pela ética nas empresas também impõe limites: a empresa realmente está adotando uma postura ética ou está apenas fazendo um trabalho de *marketing*? Por outro lado, podemos dizer que algumas empresas de fato apresentam uma boa conduta, estando preocupadas com a disposição correta de resíduos gerados por seus processos produtivos, na verificação de se os produtos que vêm desenvolvendo podem ser nocivos ao ser humano e ao meio ambiente, entre outros. Isso caracteriza corporações que dão exemplos à comunidade e aos seus colaboradores do que é ter uma boa conduta ética.

Uma das consequências positivas desta boa conduta, é que essas pessoas, ao incorporarem a imagem correta de ética, estenderão esses conceitos para dentro de suas casas e continuarão dando bons exemplos para o próximo. Quando tratamos de corporações éticas, podemos dizer que o exemplo deve vir de cima. Os superiores precisam realizar suas atividades dentro dos padrões morais da sociedade. É necessário que os seus superiores sejam exemplos, referências de boa índole, para que desse modo todos os membros da corporação entrem no “espírito ético” da empresa.

Segundo Francisco Gomes de Matos:

Ética corporativa é a maneira de “ser” de uma organização. Significa que sua conduta pública orienta-se por princípios de valor consensuais, que caracterizam um perfil próprio. De uma ética corporativa, reconhecidamente resistente, resulta o efetivo engajamento de pessoas com as organizações – o orgulho de pertencer ao quadro da empresa. É imprescindível o sentimento de admiração para que exista uma identificação com a causa. A ética corporativa retrata a cultura organizacional.

Encontramos em FERREL (2001, p. 68), a definição da responsabilidade social no mundo dos negócios. Esta consiste na obrigação da empresa de maximizar seus impactos positivos sobre os *stakeholders* (clientes, propriedade, empregados, comunidade, fornecedores e governo). E minimizar o seu passivo negativo.

Ética empresarial e responsabilidade social estão estreitamente vinculadas. A responsabilidade social trata do papel da empresa na sociedade, vista como uma entidade se relacionando com os demais agentes econômico-sociais. A ética reflete-se na forma como este relacionamento é levado a efeito. De acordo com o mesmo autor, há quatro tipos de Responsabilidade Social: Legal, Ética, Econômica e Filantrópica, a saber:

- Filantrópico: restituição à sociedade.
- Econômico: maximizar a riqueza para os *stakeholders*.
- Ético: seguir os padrões de conduta devidos.
- Legal: cumprir o regulamento legal vigente.

3 INVESTIMENTO E RETORNO

A concepção do conceito de Responsabilidade Social somente ganhou espaço no final da década de 80, consolidando-se nos últimos anos, de 1990 a 2003. Dentre os fatores influenciadores, destacam-se:

- A reorganização do capital, que muda o cenário econômico, tendo como pilar a competitividade mundial, regional e local, exigindo um perfil para a indústria e para os trabalhadores;
- Aumento das condições de pobreza e da degradação ambiental, que culminou com os movimentos impactantes da ECO-92;
- A Campanha contra a fome, do saudoso Betinho;
- O fortalecimento dos movimentos sociais;
- As profundas transformações do mundo contemporâneo, provocando a incerteza e a instabilidade como fatores ameaçadores à sobrevivência das organizações empresariais, ao mesmo tempo em que fortalece a valorização do conhecimento e do progresso;

- A insuficiência do papel do Estado, implicando nas graves críticas às políticas públicas, marcadas pelo assistencialismo, a insuficiência dos recursos, a privatização dos serviços sociais;
- O crescimento da violência urbana, dentre outros.

A partir dessa reflexão, pode-se responder, com maior precisão, a indagação realizada, pontuando alguns aspectos a serem visualizados na prática da Responsabilidade Social, que preserva o comprometimento com a cidadania e a ética, tais como:

- Reconhecimento da organização em relação à importância de seu investimento social na perspectiva de transformação social;
- Conhecimento da realidade social no seu entorno (regional, nacional e internacional);
- Explicitação dos princípios e valores que nortearão os caminhos das iniciativas sociais das empresas;
- Reconhecimento e valorização do sistema de governança corporativa;
- Definição dos indicadores de efetividade, tornando público o balanço social.

Tendo em vista a necessidade atual de demonstrar ações sociais e ambientais por partes de organizações sediadas no estado do Espírito Santo, que sejam voltadas para a Responsabilidade Social, observa-se alguns exemplos de empresas que já adotaram uma postura consciente de busca constante de melhoria da qualidade de vida do público interno e externo.

4 DOIS EXEMPLOS DE EMPRESAS QUE PRATICAM AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O cenário da Responsabilidade Social não é algo tão positivo como é demonstrado pelos meios de comunicação. Percebe-se que alguns empresários e gestores estão absorvendo de forma lenta a consciência referente à preservação do meio social e ambiental, assim como a constante busca pela qualidade de vida. Como exemplos deste estudo, serão citadas duas empresas que estão sediadas no estado do

Espírito Santo e que após verificação dos relatórios sociais foi possível perceber que são realizadas ações e programas de incentivo à melhoria do meio ambiente e o incentivo ao público interno e externo quanto à Responsabilidade Social.

4.1 BANCO BRADESCO S/A

O banco Bradesco foi fundado em 1943, na cidade de Marília, São Paulo e possui como objetivo fornecer soluções, produtos e serviços financeiros e de seguros com agilidade e competência, principalmente por meio da inclusão bancária e da promoção da mobilidade social, contribuindo para o desenvolvimento e a construção de relacionamentos duradouros para a criação de valor aos acionistas e a toda a sociedade.

Atualmente o Bradesco possui várias unidades em todo território nacional, em específico possui unidades nos municípios do estado do Espírito Santo e procura contribuir de forma direta para a preservação do meio ambiente e a inclusão social nas comunidades onde atua por meio de investimentos em instituições, de projetos próprios e de entidades parceiras com foco educacional, ambiental, cultural e esportivo.

A empresa realiza investimentos em vários programas sociais, tais como: Programa Educa+Ação, Escola Virtual, Inclusão Digital, Programa Bradesco Esportes e Educação, CicloFaixa, Projeto Integração Empresa Escola. Tendo ainda outras atividades como parcerias com o GRAACC - Grupo de Apoio ao Adolescente e à criança com Câncer. O Bradesco participa ainda como patrocinador e doador, do Teleton – AACD.

4.1.1 Programa Educa+Ação

O programa social foi criado em 2007, com o objetivo de elevar o padrão educacional dos alunos da rede pública nos primeiros anos do ensino fundamental. Possui como propostas integrar a iniciativa privada e o setor público, e capacitar os professores para atingirem a meta de alfabetizar as crianças até o fim do 2º ano do

ensino fundamental, de forma que possam aprender os conteúdos apropriados também nos anos seguintes.

Em 2010, o programa envolveu 127 escolas, distribuídas em oito cidades do Vale do Ribeira, Embu e Jundiaí, no estado de São Paulo, e em Ivinhema, Angélica e Porto Esperança, no Mato Grosso do Sul. Atende atualmente, por volta de 25 mil alunos e mais de mil professores. Além dos livros didáticos para os estudantes e o material de apoio para professores, as escolas recebem supervisão pedagógica sistemática, que ocorre em momentos de formação coletiva e em visitas às unidades escolares envolvidas.

Todos os alunos beneficiados pelo Educa+Ação são avaliados nas disciplinas de português, matemática, ciências, história e geografia, e o índice de alfabetização obtido é de 90%. O Bradesco investiu um total de R\$ 1,5 milhão no programa em 2010. Outros parceiros, como Sociedade Amigos do Embu, Angélica Agronegócio Ltda., Prefeitura Municipal de Jundiaí e Acaia Pantanal, também disponibilizaram recursos para o programa.

4.1.2 Escola Virtual

A Fundação Bradesco mantém a Escola Virtual, um portal de *e-learning* que oferece cursos à distância, disponíveis via internet e semipresenciais. Ao todo são mais de 100 cursos nas áreas de comportamento, tecnologia da informação e formação profissionalizante continuada. Em 2010, a Escola Virtual realizou mais de 305 mil atendimentos.

4.1.3 Inclusão Digital

Em 2010, a Fundação Bradesco pertencente ao Bradesco S/A inaugurou quatro Centros de Inclusão Digital (CIDs), totalizando assim uma rede de 113 unidades. Os centros estimulam a Responsabilidade Social e o empreendedorismo e ampliam as noções de cidadania nas comunidades carentes. Além de atuarem como núcleos de aprendizagem, são articuladores em parceria com empresas, escolas da rede

pública de ensino, universidades e centros de pesquisa nacionais e internacionais, totalizando 166 mil atendimentos.

4.1.5 Programa Bradesco Esportes e Educação

O programa promove a cidadania e a inclusão social de crianças e jovens com idades entre 8 e 18 anos. Com sede em Osasco, o programa atende, gratuitamente, cerca de 2 mil meninas. As atividades são desenvolvidas em unidades da Fundação Bradesco, escolas da rede pública municipal e particular e em centros esportivos das prefeituras, nas modalidades de vôlei e basquete.

Outra ação desenvolvida é o processo educacional formal ao adotar como exigências a matrícula e a frequência no ensino regular. Além do aprendizado esportivo, as crianças dos Núcleos de Especialistas contam com acompanhamento médico, psicológico, fisioterápico e nutricional, bem como, com informações e orientações sobre higiene, estresse, adolescência, prevenção ao uso de drogas, doenças sexualmente transmissíveis e gravidez precoce. A iniciativa também oferece seguro de vida e plano de saúde.

4.1.6 Projeto Integração Empresa Escola

O projeto tem como objetivo principal contribuir para a integração social, formação da cidadania e promoção da qualidade de vida dos alunos da Fundação Bradesco, por meio do incentivo e desenvolvimento do interesse pelos esportes e artes.

As modalidades esportivas oferecidas são: basquete masculino, capoeira, futsal masculino, ginástica rítmica feminina, handebol feminino, natação, futebol society masculino e voleibol feminino.

Quanto às modalidades culturais as principais são: artes visuais, dança, música e teatro. O projeto está direcionado para os alunos da Fundação Bradesco com idade de 8 à 18 anos e que estejam cursando da 2ª à 8ª série do ensino fundamental; e da 1ª à 3ª série do ensino médio. As crianças e adolescentes estão distribuídos em 55

turmas, com aulas de terça à sexta-feira nos turnos matutino e vespertino, e nos sábados no turno matutino, perfazendo um quadro de 858 vagas oferecidas.

4.1.7 Teleton-AACD

O Bradesco participa, como patrocinador e doador, do Teleton que é um projeto realizado desde 1998, com a missão de arrecadar recursos para a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), tendo visibilidade em emissoras de TV. Em 2010, a Organização contribuiu com R\$ 1,2 milhão para aplicação de recursos.

4.2 ARCELOR MITTAL TUBARÃO

A Fundação Arcelor Mittal Brasil pertencente ao grupo Arcelor Mittal Tubarão é uma organização sem fins lucrativos direcionada especialmente para o desenvolvimento de trabalhos com as comunidades que se situam ao redor das unidades de negócio. Criada há 20 anos, a fundação amplia a integração da empresa com a população, descobrindo habilidades e potenciais locais - fundamentais na construção de um mundo melhor - e atua ainda para agregar valor às comunidades.

O principal foco da fundação é estimular crianças e adolescentes a se tornarem cidadãos conscientes e participantes de sua sociedade. Para que possa alcançar resultados transformadores, investe em programas educacionais, culturais, sociais, de saúde e para educação ambiental. Transfere, também, sua metodologia aos municípios atendidos.

Os programas sociais buscam promover a cooperação entre a iniciativa privada, a sociedade civil e o poder público. A fundação acredita que essa aproximação é capaz de gerar resultados mais efetivos para ações coletivamente priorizadas. Segue abaixo alguns programas desenvolvidos:

4.2.1 Cidadãos do Amanhã

Em 1999 o projeto social foi criado com o intuito de beneficiar crianças e adolescentes dos municípios onde possui unidades industriais. Buscando fortalecer as políticas de atendimento a jovens carentes ou em situação de risco pessoal e social, conduzidas pelos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente. Através da sensibilização à adesão de seus empregados, familiares, clientes, fornecedores e comunidade ao projeto, é possível destinar parte do Imposto de Renda aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente.

O projeto é uma oportunidade de contribuir para o desenvolvimento de crianças e adolescentes de seu município, sem custo algum, já que a legislação permite a dedução integral das destinações feitas aos Fundos.

No período de 1999 à 2010 foram 639 instituições e 160.404 crianças e adolescentes beneficiados. Contaram com as participações de 38.595 contribuições de empregados, familiares, fornecedores e clientes, os recursos arrecadados pelo projeto totalizaram quatorze milhões, trezentos e cinquenta e três mil, cento e sessenta e seis reais e um centavo (R\$14.353.166,01).

Os recursos geridos pelos Conselhos destinam-se a financiar programas e serviços de promoção, proteção, defesa e atendimento dos direitos da criança e do adolescente, tais como:

- Projetos que atendam crianças e adolescentes em situação de risco pessoal ou social, abandono, vício, abuso físico, sexual e/ ou psicológico;
- Programas que promovam o combate ao trabalho infantil, a profissionalização de adolescentes, a orientação e o apoio sociofamiliar;
- Ações que acompanhem medidas socioeducativas destinadas à reinserção social de jovens infratores;
- Acolhimento, sob a forma de guarda, de criança e de adolescente, em situação de atendimento no sistema de proteção especial;
- Programas e projetos de pesquisa, de estudos, elaboração de diagnósticos, sistemas de informações, monitoramento e avaliação das políticas públicas sobre o tema;

- Capacitação e formação profissional dos operadores do Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente.

4.2.2 Programa Pró-Voluntário

As ações voluntárias são instrumentos para o exercício da cidadania e podem operar transformações significativas nas comunidades. Para incentivar a atividade social voluntária dos empregados, a Arcelor Mittal Brasil criou, em 2000, o programa Pró-Voluntário.

O programa estimulou a constituição de comitês de voluntariado, oferecendo apoio na forma de recursos, capacitação, orientação, promoção de campanhas e de projetos de caráter continuado. Seu gerenciamento é feito pelos próprios voluntários, que decidem o foco e a forma de atuação.

As ações dos comitês incluem assistência a idosos e a crianças, campanhas de reciclagem, aulas de reforço, campanhas de arrecadação de agasalhos e alimentos, entre outras.

O programa teve início no ano 2000, seu público alvo é a comunidade em geral, atua nos municípios de Belo Horizonte, Contagem, Itaúna, João Monlevade, Juiz de Fora, Sabará, Vespasiano (MG), Piracicaba, Osasco, Hortolândia (SP), Cariacica (ES), Mesquita (RJ) e Feira de Santana (BA). Em 2011 realizaram 114 campanhas/projetos, foram beneficiadas 24.579 pessoas, obteve participações voluntárias de 4.430 pessoas.

4.2.3 O Programa Arcelor Mittal Cultural

O programa abriga todas as ações patrocinadas pela empresa na área de arte e cultura, cujo foco principal é ampliar o acesso das comunidades a bens e serviços culturais, e promover projetos de formação de gestores, artistas, públicos e plateias.

Possui uma agenda gratuita de oficinas e espetáculos nos municípios atendidos pela Fundação. No sentido de promover a formação cultural, a Arcelor Mittal apoia

projetos de qualificação e a realização de seminários, cursos de pós-graduação em gestão cultural e eventos relevantes.

O projeto tem como público alvo artistas, gestores culturais e comunidade em geral. Atua nos municípios de Abaeté, Belo Horizonte, Bom Despacho, Carbonita, Contagem, Dolores do Indaiá, João Monlevade, Juiz de Fora, Martinho Campos, Quartel Geral, Sabará, Taquaraçu de Minas, Santos Dumont, São José do Goiabal, São Pedro dos Ferros, Senador Modestino Gonçalves, Dionísio, Marliéria (MG), Cariacica (ES), São Paulo, Osasco, Piracicaba, Hortolândia (SP) e Feira de Santana (BA).

Tem como parceiros Prefeituras e Secretarias Municipais de Cultura e Educação. No ano de 2011 foram 37 projetos patrocinados, 88.403 pessoas beneficiadas e 388 eventos realizados.

O principal foco de atuação da Fundação Arcelor Mittal Brasil é formação de crianças e adolescentes. Diversos programas na área de educação, complementados por projetos nas áreas de saúde e meio ambiente, buscam contribuir para o desenvolvimento da cidadania e para a inclusão em uma vida social produtiva, saudável e realizadora.

4.2.4 Programa Ensino de Qualidade – PEQ

O programa teve início em 1999 e teve como público alvo os alunos de ensino fundamental de escolas públicas e educadores. O objetivo é um ensino fundamental de qualidade onde se cria a base para que as crianças possam se desenvolver com mais perspectivas de inserção profissional e social.

Houve auxílio das Secretarias de Educação para o incentivo às escolas públicas a aperfeiçoarem seus processos pedagógicos e de gestão escolar para que proporcionem um ensino mais eficiente e estimulante. Com o objetivo de que isso se reflita em um melhor desempenho dos alunos e em menores índices de repetência e evasão escolar.

O programa é desenvolvido em Senador Modestino Gonçalves, São José do Goiabal, Itatiaçu, Dionísio e Marliéria (MG). Entre 1999 e 2011 foram cerca de 77

mil alunos beneficiados e foram envolvidos cerca de 3 mil educadores. Teve parcerias com a Fundação Pitágoras, Prattein, Prefeituras e Secretarias Municipais de Educação.

4.2.5 Cidadania Digital

Iniciou-se em 2007 com a comunidade em geral em João Monlevade, Contagem (MG), Piracicaba e Osasco (SP). Possuía como objetivo promover a inclusão social utilizando a tecnologia da informação, onde os estudantes aprendem a utilizar ferramentas eletrônicas – como editores de texto, planilhas e gerenciador de bancos de dados – para elaborar apresentações, tabular dados e redigir textos, organizando conteúdos gerados a partir de vivências comunitárias, pesquisas e debates sobre a realidade social. O domínio da tecnologia, além de promover a inclusão digital também estimula o exercício da cidadania e abre horizontes para o empreendedorismo.

Parcerias com o Comitê para Democratização da Informática - CDI, Prefeituras de Monlevade e Juiz de Fora e Secretarias Municipais de Educação e Diretoria Regional de Ensino de Osasco. Entre 2007 e 2011 foram 9.933 alunos formados.

Com relação ao objetivo geral desta pesquisa, observou-se que entre as duas instituições financeiras, existem interesses semelhantes no que se refere aos investimentos em ações sociais. Através das informações obtidas de cada empresa, pode-se observar que a tendência das organizações financeiras é cada vez mais desenvolver projetos sociais e ambientais. Onde o objetivo principal de uma empresa é gerar lucros, mas apresentar relatórios com qualidade e que responda aos critérios exigidos para que seu índice de sustentabilidade venha a fazer parte dos mercados de capitais internacionais, fazendo com que os investidores tenham uma maior convicção no momento da escolha de investir entre uma organização e outra.

Através do investimento social as empresas procuram obter o aumento da competitividade, a diferenciação pelos consumidores, a confiança reforçada dos investidores, maior acesso a taxas de capital e crédito com terceiros, crescimento sustentável, maior comprometimento e produtividade do funcionário com a empresa

que começa a fazer parte de um sistema que trabalha socialmente de modo a construir bons caminhos para o futuro.

As empresas investem socialmente de forma planejada nos projetos sociais, ambientais e culturais, buscando combater os problemas sociais da comunidade na qual está inserida, com vários projetos e ações tendo como forma de divulgação o balanço social, que demonstra a transparência das atividades que são desenvolvidas pela organização.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista o objetivo deste trabalho de identificar as ações de Responsabilidade Social Corporativa de duas empresas e a sua importância diante do cenário atual, foi possível perceber nos relatórios sociais e na apresentação do site virtual de cada empresa que é notório afirmar que são empresas conceituadas e tradicionais, possuem uma grande atuação na comunidade em que está inserida.

Através da pesquisa realizada, é possível perceber que a Responsabilidade Social Corporativa está cada vez mais presente nas organizações e, além de ser cada vez mais notada e exigida com mais rigor pela sociedade. Para a empresa não basta o lucro econômico, precisa estar atenta como um todo: acionistas e demais *stakeholders*, empregados, clientes, fornecedores, mídia, governo e sindicatos. Haverá uma maior exigência do mercado que busca a transparência social das organizações.

O processo de pós-globalização contribui para essas modificações, pois a Responsabilidade Social serve como um meio alternativo da empresa se manter no mercado onde estão expostas às diversas culturas e onde as normas e exigências do mercado são cada vez mais diversificadas. A organização precisa pensar globalmente, pois, as empresas globais que são seus concorrentes estão atendendo as expectativas da sociedade, conquistando cada vez mais espaço e fidelidade do consumidor.

Sem conseguir melhorar a qualidade de vida das pessoas e o acesso à comunicação, às novas tecnologias, a saúde, enfim, sem incluir os menos favorecidos num programa especial de ajuda comunitária, é difícil tornar-se uma

empresa renomada e mostrar que está realmente preocupada em melhorar a vida das pessoas. Atualmente é difícil pensar em desenvolvimento econômico sem pensar na Responsabilidade Social, dessa forma as empresas devem se preocupar com as comunidades em sua volta.

6 REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida et al. **Ética e Responsabilidade Social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

Balço social Arcelor Mittal. Disponível em: <http://www.arcelormittalinoxbrasil.com.br/port/empresa/balanco_social.asp>. Acesso em: 09/04/2012 às 14h09min.

Balço social. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/institucional/institucional_view.php?id=4>. Acesso em: 20/05/2012.

BRUNO, Giuliana Ortega; URSINI, Tarcila Reis. **A gestão para a Responsabilidade Social e o desenvolvimento sustentável.** Disponível em: <http://www.ethos.org.br/Uniethos/Documents/RevistaFAT03_ethos.pdf>. Acesso em: 05/04/2012.

Emerson Kapaz (revista FAE BUSINESS, 2004).

FERREL, O. C.; FRAEDRICH, John; FERREL, Linda. **Ética Empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos.** Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001

KRIGSNER, Miguel; KAPAZ, Emerson. **O que é Responsabilidade Social?** Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_fae_business/n9/01_rs.pdf>. Acesso em: 22/03/2012 às 19h.

MATOS, Francisco Gomes de. **Ética: profunda revisão da cultura corporativa.** Disponível em: <<http://www.bb.com.br/portalbb/page3,139,9186,23,0,1,8.bb?codigoMenu=6018&codigoNoticia=9276&codigoRet=6015&bread=2>>. Acesso em: 19/05/2012 às 19h35min.

Programas da Fundação Arcelor Mittal Disponível em: <<http://www.fundacaoarcelormittalbr.org.br/index.asp>> Acesso em: 05/04/2012.

Responsabilidade social. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/institucional/institucional_view.php?id=1>. Acesso em: 26/03/2012 às 09h18min.

Relatório de sustentabilidade Arcelor Mittal. Disponível em: <http://www.arcelormittalinoxbrasil.com.br/port/empresa/relatorio_anual.asp>. Acesso em: 09/04/2012 às 14h14min.

Relatório de sustentabilidade 2010 Arcelor Mittal. Disponível em: <<http://www.arcelormittalinoxbrasil.com.br/port/empresa/arquivos/relatorio-sustentabilidade-2010-new.pdf>>. Acesso em: 09/04/2012 às 14h17min.

Relatório Anual 2010 Arcelor Mittal. Disponível em:
<http://www.arcelor.com.br/relacoes_investidores/relatorios_stakeholders/anual_social_ambiental/pdf/raarcelor_2010.pdf>. Acesso em: 09/04/2012 às 14h31min.

RIBEIRO, Nilma Aparecida; CARVALHO, Paloma Correia de. **Responsabilidade Social empresarial: Estudo de caso de parceria entre a Suzano Petroquímica S/A e a COOPMARC.** Disponível em:
<http://www.teclim.ufba.br/site/material_online/monografias/mono_nilma_paloma.pdf>. Acesso em: 15/03/2012 às 18h06min.

SANTOS, Jackson. **Responsabilidade Social no cenário empresarial.** Disponível em: <<http://www.ceap.br/artigos/ART06122007183822.PDF>>. Acesso em: 04/03/2012 às 20h04min.

SILVEIRA, Maria do Carmo Aguiar da Cunha. **O que é responsabilidade social empresarial?** Disponível em:
<http://www.fiec.org.br/artigos/social/responsabilidade_social_empresarial.htm>. Acesso em: 26/03/2012 às 08h40min.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço Social: Uma Abordagem da Transparência da Responsabilidade Pública das Organizações.** São Paulo: Atlas, 2001.

TRINDADE, Larissa de Lima; BRONDANI, Gilberto. **A Contabilidade e sua Responsabilidade Social.** Disponível em:
<<http://w3.ufsm.br/revistacontabeis/anterior/artigos/vIInEspecial/a14vIInesp.pdf>>. Acesso em: 15/03/2012 às 18h10min.

Um projeto de educação Integral Fundação Bradesco. Disponível em: <<http://www.fb.org.br/Institucional/FundacaoBradesco/QuemSomos/>>. Acesso em: 05/04/2012.

VOLPON, Cláudia Torres; CRUZ, Eduardo Picanço. **A importância da Responsabilidade Social na fidelização dos clientes.** Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2003_TR0702_0682.pdf>. Acesso em: 20/05/2012.